新媒体发展与体育新闻传播的创新融合

摘　要：在新时代下，传统体育新闻的传播在发展中面临诸多问题，如新闻节目篇幅长短安排不合理、节目叙述方式呆板、节目传播途径单一等，这不仅导致节目收视率低，而且还将给其未来的创新发展带来阻碍。鉴于此，如何对体育新闻的传播方式、理念等进行改革，实现新媒体发展与体育新闻传播的创新融合是目前亟待解决的问题。鉴于此，文章以体育新闻在新媒体时代下的传播问题为出发点，探讨了新媒体发展与体育新闻传播实现创新融合的有效途径，以供相关人员参考。

关键词：新媒体发展；体育新闻；传播；创新融合
中图分类号：G212　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）07-108-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.07.038

文 / 张蒙蒙

近年来，随着我国经济的持续发展、科学技术的不断进步，各类新媒体技术的涌现使得我国社会已经步入了新媒体时代。在这样的大背景下，电视台的发展面临着更多、更新的要求。受此影响，帮助人们了解世情、获取信息的体育新闻节目为了更好地实现自身的发展，在具体的传播过程中也应当展现出与时代相适应的新特征，如创新传统方式、优化传播途径等。但目前来看，体育新闻传播与新媒体发展的创新融合过程中还存在较多问题，从长远来看，这对于其未来的发展是极其不利的。对此，对新媒体发展与体育新闻传播的创新融合展开具体的分析和研究就变得十分重要且必要了。

1. 新媒体时代体育新闻传播面临的问题

1.1 传统观念落后，产业意识薄弱

通过调查研究可以发现，在新媒体时代下，我国大多数电视台在进行体育新闻传播时，仍然采取的是传统传播观念与方式，受此影响，传播效率不高，传播价值难以有效体现的问题十分突出。与此同时，该问题还体现在其对于意识形态的宣传以及内容的产业化之上。2000 年以来，国家为改变大众以及相关人员对电视传媒产业功能与意识的认识，以更好地实现大众传媒的商业化，而对各电视台实行了“局台合一”体制改革，但这不仅未能实现预期目的，同时还进一步强化了对事业单位的行政管理和宣传工作之间相互交融的观念。由于理解不透彻，目前仍有相当一部分人员认为体育新闻功能就是负责传播信息，而忽略了与观众之间的互动。

1.2 节目推广渠道单一，推广力度薄弱

电视媒介是传统体育新闻节目的主要传播媒介，它具有直观、画面冲击力强等优势，但同时也存在受收视条件、收视时间等的限制，尤其是近年来，各类新型媒介的兴起，网络以信息海量、可双向传播、及时性强优势迅速获得了大众的青睐，猛烈冲击和动摇着电视媒介的地位。面对新媒介的冲击和竞争，传统电视台在体育新闻节目的推广上仍以电视媒介为主，忽视了对网络等多媒体技术的应用，这对于其在新时期的有效发展无疑是极其不利的。

1.3 节目传播过程中的信息源单一，传播渠道局限

现阶段，我国除了央视的体育频道可以做到对自身的节目报道进行实时追踪和更新以外，其余地方电视台受到节目播放时间、技术等多种客观因素的限制，其大部分体育新闻节目的播出均具有明显的延时性，因此，极容易造成节目播出时相关新闻信息已经发生变化使得新闻报道失去意义的现象。对上述现象的原因进行分析，除了节目播放时间、技术等多种客观因素的限制以外，节目信息源单一也是其主要因素，单一的节目信息源使得镇平县电视台无法及时了解外界信息的变化，也就难以根据信息变化对自身的新闻节目进行更新和修正。相比之下，新媒体时代下的产物，自媒体在这方面具有明显优势，一般情况下，它的节目信息源除了来自相关部门的时政信息等传统渠道以外，还包括各种新媒体平台，如微博、微信等，因而能够较为有效地根据外界的变化和事情的进展，随时随地发布消息和修正信息，新闻信息的时效性和真实性便可得到有效保障。而目前传统电视台信息获取方式的广度较各种自媒体和新媒体明显更弱，其电视新闻的信息源大多为相关部门的时政信息和消息，无法与微博、微信等新媒体平台的信息获取渠道的力度相比较。

2. 新媒体发展与体育新闻传播的创新融合途径

2.1 融合新媒介，加快体育新闻传播形式创新

新媒体的发展一方面给传统体育新闻的传播带来了巨大的压力和挑战；但另一方面，也为传统体育新闻节目的创新传播带来了良好机遇。对此，体育新闻节目在创新传播的过程中绝不能将新媒体当成纯粹的竞争者和对手，而应当积极发现和利用新媒体的优势，加速与新媒介之间的融合，并通过新媒介的优势自我改进、加快节目形态创新，进而实现全面提高节目传播能力与传播水平的目的。同时，体育新闻节目在创新传播的过程中也绝不能一味地“迷信”新媒体。近年来，随着新媒体在全社会范围内的广泛使用，其在具体实践中存在的问题和不足也不断显现，因此，体育新闻在与新媒体进行融合传播时，应当始终坚持辩证的眼光，即既要充分看到

新媒体的优势，同时也绝不能忽略新媒体的问题与不足，在具体措施方面做到取长补短、合作共赢。

第一，充分发挥互联网的优势。秉承“互联网 +”的理念，充分发挥互联网的优势，在体育新闻信息传播过程中，除了电视以外的其他各种新媒介，如手机、电脑等，使观众能够通过多种渠道完成对新闻节目内容的接收，借此全面提高节目传播效率、扩大节目的受众群体、拓宽节目的传播领域，使受众能够更加及时、更为便捷地接收到新闻信息，进而有效提升节目影响力。

第二，加快节目形态创新。充分挖掘自身优势并不断提升自己，打造特色品牌；另外，在对电视节目内容进行编辑时，要立足眼前、立足实际，除了对新闻自身的信息进行有效挖掘以外，同时还应当结合微博、网络论坛等新媒体，在其中寻找有用的新闻线索和题材，以此打破电视新闻单一的线索搜索渠道，体现出“以人为本”的体育新闻思想。

2.2 加强新闻细节传播，彰显新闻特色

受到科学技术的影响，新媒体环境下各类信息的传播方式和传播途径较以往均得到了明显提升与丰富，在这过程中，人与人之间的距离、地方与地方之间的差异似乎正在被不断缩小，导致社会同质化倾向明显。在这样的大背景下，体育新闻要想更好地实现自身的创新传播，在激烈的竞争中独辟蹊径，就必须加强对于新闻细节的关注程度，在传播中充分彰显新闻的特色，制作属于自己领域风格的新闻节目，使电视节目更加大众化、本土化。

第一，深入挖掘新闻细节。在全局意识的指导下创新电视体育新闻形式，同时注意细节；体育新闻内容的挖掘以民众生活为基础，尽可能做到贴近事物本质；加大对于民众小事、实事的关注度，体育新闻内容的表达以民众关心的话题为主，同时保证要有独特的思维方式。

第二，给予本地体育新闻以充分关注。 在打造大众化、本土化且能够充分彰显地方特色的体育新闻时，注意对本地的体育新闻给予充分关注，在融入本地文化时，保证所融入的文化是先进的、科学的。

第三，解放思想、积极迎接来自社会的挑战。为更好地摆脱现阶段面临的传播困境，体育新闻在打造本土化体育新闻、彰显地方特色的过程中，也应当解放思想、积极迎接来自社会的竞争与挑战，以防止自身的思想在创新传播过程中陷入僵滞状态，保证思想的灵活性与先进性。此外，政府方面也可为其提供一定帮助，如在相关部门监管下，对传统媒体的经营权开放，允许个人参与到传统媒体的运营之中，使其更好地与国际接轨，保证体育新闻在竞争的格局下更加积极地对自身进行改造和创新。

2.3 拓宽发展渠道，增强新闻传播的连续性

目前，新媒体在我国的传播正呈现出欣欣向荣的局面，对此，体育新闻在创新传播过程中应当积极利用新媒体的传播空间，同新媒体技术手段结合，通过新媒体不断拓宽体育新闻传播渠道，增强体育新闻连续性，做到对体育新闻的实时跟踪报道，以此增强体育新闻影响力。

第一，利用新媒体手段增强体育新闻内容的实用性。确保所报道的体育新闻内容同时包含内部参与者以及外部参与者所提供的信息两部分，如积极利用多种体育新闻传播手段打造专题类的体育新闻，凸显体育新闻特殊的思想内涵，使观众能够通过体育新闻从整体上了解新闻事件的全貌。

第二，加强对体育新闻消息的追踪报道和后续报道。加强对体育新闻消息的追踪报道和后续报道，通过连续性的体育新闻挖掘，不断激发观众的好奇心，实现体育新闻的持续性，以全面满足人们对于热点的好奇心与关注度，使观众对体育新闻始终保持高度兴趣。如在打造专题体育新闻时，除了对体育新闻内容本身进行有序报道以外，还可增加体育新闻的拍摄花絮；与此同时，当体育新闻播出完毕后，对于在体育新闻录制时间内无法涵盖但同时又与整个体育新闻有着密切关系的信息，可对其展开后续跟踪报道，并将报道结果及时公之于众。

第三，充分利用计算机网络信息技术拓宽体育新闻传播渠道。 拓宽体育新闻传播渠道，通过计算机网络信息技术，利用微博、微信等新媒体进行新闻推送和报道，在丰富观众体育新闻观看方式的同时，也要积极利用网络实现与观众的实时互动，使观众在观看体育新闻的同时，可以通过相关平台动态表达自身的看法，借此有效提升体育新闻的影响力和关注度。

结语

综上所述，新媒体的发展为体育新闻的传播带来了机遇的同时，也使其传播面临着众多困境，为进一步提升体育新闻在新媒体时代下的传播效率与效果，就应当走新媒体发展与体育新闻传播创新融合的路子。媒

参考文献

[1] 臧文茜 . 新媒体发展与体育新闻传播的创新融合 [J]. 商，2015（41）：235.

[2] 周思彤 . 新媒体发展与体育新闻传播的创新融合 [J]. 新媒体研究，2016（16）：127-128.

[3] 张宇 . 传播平台对体育新闻媒介发展趋势研究——基于 2014 年世界杯足球赛的分析 [J]. 新闻知识，2014（12）：27-29.

[4] 陈伟球 . 新媒体语境下体育新闻传播路径 [J]. 吉林广播电视大学学报，2014（07）：137-138.

[5] 洪倩 .“互联网 +”背景下体育领域的研究现状与热点分析 [J]. 运动，2016（11）：3-4.

（作者单位：三亚广播电视台）